



Makna Penggunaan *Skincare* Bagi Mahasiswa

Hermansyah¹, Nuraini²

¹ Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Fattahul Muluk Papua

² Universitas Balikpapan

Korespondensi penulis: Hermansyah91iainfmpapua@gmail.com

Abstract. *Abstract. The aim of this research is to describe the meaning of using skincare for students. This research focuses on seeing; a) what is the meaning of using skincare products for students, b) what factors influence skincare use, and c) what is the impact of using skincare for students. This type of research is qualitative with descriptive methods, data collection techniques used through observation, interviews and documentation. The results of this research show that the meaning of using skincare products for students is to stay beautiful and increase their self-confidence. The use of skincare products is influenced by internal factors, namely self-awareness, and external factors such as social media advertisements (Youtube, Instagram, Facebook, television and Twitter), peers and skincare product distributors. Apart from that, the use of skincare products has a positive impact on users, the skin becomes white, the face becomes bright, and of course beautiful, on the other hand, there are also negative impacts, namely damage to the skin, such as irritation, acne, red skin, and so on.*

Keywords: *Meaning, Use of Skincare, Students*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan makna penggunaan *skincare* bagi mahasiswa. Penelitian ini fokus untuk melihat; a) apa makna penggunaan produk *skincare* bagi mahasiswa, b) faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan produk *skincare*, dan c) bagaimana dampak dari penggunaan produk *skincare* bagi mahasiswa. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa makna penggunaan produk *skincare* bagi mahasiswa adalah agar tetap terlihat cantik dan dapat meningkatkan rasa percaya diri yang tinggi. Penggunaan produk *skincare* dipengaruhi oleh faktor internal yaitu kesadaran diri, dan faktor eksternal seperti iklan sosial media (youtube, instagram, facebook, televisi, dan twitter), teman sebaya, dan distributor produk *skincare*. Selain itu, penggunaan produk *skincare* memberi dampak positif bagi para pengguna, kulit menjadi putih, wajah menjadi cerah, dan tentunya cantik, sebaliknya terdapat juga dampak negatif yang dimunculkan yaitu terjadinya kerusakan pada kulit, seperti iritasi, timbul jerawat, kulit memerah, dan seterusnya.

Kata Kunci: Makna, Penggunaan *Skincare*, Mahasiswa.

LATAR BELAKANG

Perempuan selalu menjaga, dan merawat kulitnya untuk tetap terlihat cantik dan menarik. Kulit perempuan selalu mengalami perubahan yang signifikan dari fase ke fase, mulai usia anak-anak, remaja, dewasa, hingga lanjut usia. Kulit perempuan yang tidak terawat dengan baik mengakibatkan terjadinya masalah pada kulit seperti, tumbuh

jerawat, komedo, flek, dan pucat. Perempuan menyadari masalah-masalah yang terjadi pada kulit menyebabkan kurangnya rasa percaya diri dalam menjalin hubungan sosial dengan orang lain (Dewi et al., 2022). Lingkungan sosial menjadi hal penting menentukan standar kecantikan bagi perempuan. Cantik di identikan dengan memiliki kulit putih, wajah glowing, karena itu, perempuan tertarik menggunakan produk-produk kecantikan seperti skincare, untuk mengubah penampilannya (Wahyuwidowati et al. 2019). Salah satu bentuk perawatan yang dimaksud adalah perawatan kulit dan muka.

Saat ini penggunaan skincare menjadi bagian yang hampir tidak bisa dipisahkan dari tubuh perempuan. Hasil survei *ZAP Index Beauty* (2019) menunjukkan sekitar 82,5 % perempuan Indonesia ingin kulitnya lebih putih setelah pemakaian skincare dan 71,1 % perempuan di bawah umur 18 tahun beranggapan cantik adalah harus memiliki kulit putih, wajah *glowing* dan *glass skin* seperti orang-orang dari Negara sub tropis Korea Selatan (Dia, 2020). Obsesi berkulit putih membuat banyak remaja perempuan menggunakan cara yang relatif cepat namun belum terbukti aman dari segi ilmiah. Fenomena ini telah menjadi krisis kesehatan masyarakat dengan proporsi yang luar biasa. Banyak orang membeli dan menggunakan produk pemutih kulit yang kemudian menyebabkan perubahan warna kulit, kanker kulit dan masalah medis lainnya. Praktiknya juga mempengaruhi kemampuan psikologis dan fisik (Anekwe, 2014).

Konsep cantik yang dinarasikan oleh media sosial, seperti *tiktok*, *shoopy*, *ig*, *facebook*, dan *televisi* tentang bagaimana perempuan tampil cantik, telah mempengaruhi pola pikirnya. Ditambah lagi dengan keterlibatan teman sebaya dan distributor produk *skincare* membuat tidak sedikit dari perempuan yang merasa kurang nyaman dengan anugrah pemberian Tuhan. Sikap menolak anugrah tubuh yang dimiliki oleh perempuan, menjadi modal bagi pemilik industri untuk memasarkan produk-produk kecantikan (Garcia & Winduwati, 2023). Kondisi ini mempengaruhi pola pikir, sehingga perempuan berlomba-lomba menggunakan produk kecantikan yang dipasarkan oleh industry dengan harapan dapat memperbaiki kulit. Selain itu, juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang memaksa perempuan untuk tetap tampil ideal. Dengan demikian produk *skincare* menjadi salah satu tumpuan bagi perempuan dalam merawat kulit agar selalu terlihat putih, *glowing*, dan selalu terlihat cantik disetiap aktivitas keseharian (Sahan & Witarti, 2021).

Bahaya produk kecantikan dengan efek instan pada kulit perlu diwaspadai. Menurut BPPOM (2018), ada berbagai macam zat berbahaya pada produk pemutih kulit agar pengguna memperoleh efek yang diinginkan dalam waktu singkat, salah satunya

steroid merupakan obat radang (alergi) yang penggunaannya di bawah pengawasan dokter karena efek sampingnya sangat banyak (Indriaty, Hidayati, & Bachtiar, 2018). Stereoid sering disalahgunakan oleh produsen kosmetik ilegal, di awal pemakaian akan membuat kulit putih juga *glowing* dan pemakaian jangka panjang dapat membuat kulit memerah, menghitam bahkan menimbulkan flek permanen pada kulit (Herlina, 2019).

Penelitian tentang penggunaan pemutih kulit telah banyak dilakukan diantaranya, Studi Arniwijaya (2020) tentang durasi, frekuensi dan atensi iklan kosmetik pemutih kulit mempengaruhi tingkat perilaku pemakaian kosmetik pemutih kulit pada remaja putri di Kendari, Sulawesi Tenggara (Arniwijaya, Junaid Rezal, 2020). Temuan Fadhila dkk, (2020) mengenai tingkat pengetahuan pengguna produk pemutih dan pencerah kulit di Kecamatan Sukolilo Surabaya tergolong rendah dan terdapat hubungan antara tingkat pendidikan dengan pengetahuan terhadap produk pemutih dan pencerah tersebut (Fadhila, Ningrum, & Rahmawati, 2020). Penelitian Maida dkk (2021), menguraikan dampak dari pemakaian kosmetik racikan pemutih pada ibu-ibu di Kecamatan Pallangga Gowa Sulawesi Selatan, seperti perubahan warna kulit yang relatif cepat namun mengakibatkan kemerahan, terkelupas hingga kanker kulit (Maida, A, Nurhijrah, & Yulianti, 2021).

Praktek hegemoni tubuh perempuan, cantik yang diidentikan dengan memiliki kulit putih ternyata telah memunculkan standar kecantikan dikalangan mahasiswa. Praktek hegemoni tubuh perempuan ini semakin di dukung oleh iklan produk kecantikan yang beredar di media massa. Sudut pandang laki-laki atas perempuan tersebut, kemudian juga turut menghegemoni perempuan lainnya untuk mengikuti standar kecantikan yang telah ditetapkan. Disini perempuan seolah-olah menggunakan mata laki-laki untuk mengobjektifikasi perempuan lainnya. Hal tersebut pula yang membuat perempuan turut mengucilkan perempuan lain yang tidak memiliki kulit putih atau tidak sesuai dengan standar kecantikan yang berlaku di masyarakat (Apriliani, 2023).

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti merasa tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih mendalam tentang, pertama, apakah makna penggunaan produk *skincare* bagi mahasiswa, kedua, apakah faktor yang mempengaruhi penggunaan produk *skincare* bagi mahasiswa, dan ketiga bagaimana dampak penggunaan produk *skincare* bagi mahasiswa. Ketiga persoalan ini akan kita uraikan dalam temuan lapangan penelitian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih

karena sesuai dengan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menganalisis fenomena secara obyektif. Jenis penelitian deskriptif ini menyajikan data berupa kata-kata dan gambar yang di dapat dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo, serta dokumen resmi lainnya sehingga laporan penelitian berisi kutipan-kutipan yang dapat menggambarkan keadaan dalam bentuk aslinya. Adapun data utama dalam penelitian ini adalah pengamatan sekaligus wawancara langsung peneliti dengan para informan yang telah ditentukan yakni pengguna produk *skincare*, mahasiswi, Dosen, pemuda, dan distributor produk *skincare*. Data tambahan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai tulisan seperti buku, jurnal, skripsi, tesis, artikel, maupun data-data lain yang berkaitan dengan makna penggunaan produk *skincare*.

Penulis sebagai instrumen penelitian tidak hanya merencanakan penelitian, mengumpulkan, dan menganalisis data, tetapi juga sebagai menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian. Selain itu, instrument pendukung lainnya dalam penelitian ini yakni pedoman wawancara, kamera, serta alat perekam. Pedoman wawancara digunakan sebagai acuan dalam proses wawancara dengan informan terkait makna penggunaan *skincare* bagi perempuan. Sedangkan kamera dan alat perekam digunakan untuk mengambil gambar serta merekam segala percakapan dalam proses wawancara sehingga tidak ada informasi yang terlewatkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Makna Penggunaan Skincare Bagi Mahasiswa

Standar kecantikan yang hidup di kalangan akademika saat ini adalah mereka yang memiliki tubuh yang langsing, putih, dan *glowing*. Untuk memperoleh kecantikan, selain dari cantik secara alami, mahasiswa berlomba-lomba menggunakan produk kecantikan yang dikenal dengan istilah *skincare*. Bagi mahasiswa *skincare* merupakan salah satu produk yang dapat merubah penampilan fisiknya, seperti, dapat menghilangkan komedo, mengurangi jerawat, dan flek hitam. Ketergantungan mahasiswa dalam penggunaan produk *skincare* telah menjadi satu hal yang tidak bisa dipisahkan dari tubuh perempuan.

Beberapa mahasiswa pengguna produk *skincare* pada Perguruan Tinggi memaknai cantik adalah tubuh langsing, kulit putih, dan wajah *glowing*. Seperti dalam konteks yang disampaikan oleh informan berikut:

“Cantik itu putih, tapi ndak putih di muka saja, tapi seluruh badan kita putih.

Kalau muka putih, kaki hitam itukan aneh, bukannya mendapatkan pujian dari orang lain, tapi justru jadi bahan ledakan bagi yang melihatnya. (Wulan, mahasiswa, 29 Oktober 2023).

Secara fisik kulit wajah memang terlihat putih dan *glowing* setelah menggunakan produk *skincare*. Wulan (2023) mengaku bahwa cantik tidak hanya bermodal kulit putih dan *glowing* di bagian wajah, tapi harus secara menyeluruh, termasuk bagian tubuh lainnya. Seluruh tubuh harusnya memiliki warna kulit yang putih merata, menurut Wulan jika hanya wajah yang terlihat putih lantas bagian tangan dan kaki terlihat lebih gelap atau belang tentunya akan menjadi bahan ledakan bagi orang lain yang melihatnya.

Memiliki kulit putih dan wajah *glowing* merupakan hal utama bagi para mahasiswa. Mahasiswa selalu ingin menjadi pusat perhatian dari lawan jenis dan orang yang ada disekitarnya. Adanya penilaian dari orang lain pada setiap mahasiswa menjadi tuntutan bagi dirinya untuk tetap tampil sempurna. Tidak sedikit mahasiswa merasa kurang puas dengan warna kulit, dan kondisi tubuhnya. Telah memicu mereka untuk merubah warna kulit dan kondisi tubuhnya dengan menggunakan *skincare* dan obat-obatan lainnya untuk mendapatkan kepercayaan diri. Hal ini sejalan dengan ungkapan kedua informan berikut:

“Dengan menggunakan *skincare* membuat saya tampil semakin percaya diri (If, 2023). Setelah menggunakan produk *skincare*, wajah saya terlihat *glowing*”. (Ariatin, mahasiswa, 30 Oktober 2023)

Mahasiswa mengkonstruksikan cantik dengan memiliki kulit putih dan *glowing*. If & Ariatin (2023) mengaku bahwa mereka dulunya memiliki warna kulit gelap atau kurang cerah, namun setelah keduanya menggunakan *skincare* membuat mereka *glow up* dalam seketika. Menurut mereka *glow up* adalah perubahan atau transformasi bentuk fisik secara signifikan sehingga membuat penampilan mereka lebih menawan dari biasanya. *Glow up* merupakan istilah populer yang sering mereka ungkapkan. Berdasarkan penuturan bahwa seorang perempuan yang tadinya memiliki kulit gelap dan tidak terawat tidak menutup kemungkinan berubah menjadi lebih menarik dengan kulit putih yang bersinar. Banyak yang tadinya terlihat biasa saja sekarang berubah menjadi luar biasa ketika menggunakan produk *skincare*.

Pengetahuan mahasiswa tentang penggunaan produk *skincare* masih terbatas. Pengetahuan yang terbatas, berakibat pada kerusakan kulit wajah seperti, kulit kemerahan dan timbul jerawat pada wajah. Pemaakaian *skincare* yang dilakukan oleh mahasiswa hanya sekedar ikut-ikutan tanpa memahami dampak negatif dari penggunaan produk

skincare. Selain karena faktor pertemanan, juga karena pengaruh dari klan media sosial yang memperlihatkan skincare sebagai salah satu produk yang dapat memperputih kulit wajah. Pengaruh pertemanan dan iklan media sosial yang menampilkan kulit putih, wajah glowing, setelah menggunakan produk *skincare* mempengaruhi mahasiswa lain untuk membeli dan menggunakannya. Bagi mahasiswa memiliki kulit putih, dan wajah *glowing* dapat meningkatkan rasa percaya diri. Sejalan dengan konteks yang disampaikan oleh salah satu informan:

“Awalnya saya memilih menggunakan skincare karena melihat teman terlihat cantik dan menarik, kemudia teman merekomendasikan untuk menggunakan produk *skincare*”. (Arlita, mahasiswa, 30 Oktober 2023)

Hal yang serupa disampaikan oleh informan lain:

“Cantik itu putih, tapi ndak putih di muka saja, tapi seluruh badan kita putih. Kalau muka putih, kaki hitam itukan aneh, bukannya mendapat pujian dari orang lain, tapi justru jadi bahan ledekan bagi yang melihatnya. (Wulan, mahasiswa, 29 Oktober 2023).

Berdasarkan hal tersebut dapat kita simpulkan bahwa, penggunaan produk *skincare* bagi mahasiswa, didasarkan atas pengetahuan dan ketidautahuan cara penggunaan skincare. Sebagian mahasiswa hanya sekedar ikut-ikutan dengan melihat teman atau melihat iklan media sosial. Sementara dilain hal, ada mahasiswa memakai produk *skincare* didasarkan atas pengetahuan dan cara pemakaiannya, sehingga berakibat pada kerusakan kulit wajah. Penggunaan beragam jenis produk *skincare* seperti yang disampaikan oleh informan:

“Ada berbagai macam jenis skincare mulai dari, sabun wajah (*facial wash*), pelembab (*moisturizer*), masker wajah”. (Ayu, Mahasiswa, 28 Oktober 2023).

3.2. Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Skincare Bagi Mahasiswa

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara secara langsung dengan informan sebagai pengguna produk *skincare*. Produk *skincare* merupakan salah satu produk kecantikan yang dinilai oleh mahasiswa sebagai hal yang tidak bisa dipisahkan dari kulit mereka. Bagi mahasiswa, produk *skincare* telah memberikan manfaat yang cukup luar biasa dalam hal perawatan, seperti dapat mengangkat debu dan kotoran yang menempel pada kulit, dapat membuat kulit wajah menjadi bersih dan lembut, tentunya dengan adanya produk *skincare* telah mendorong mahasiswa untuk tampil percaya diri baik ruang kelas, maupun di lingkungan sosial.

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi mahasiswa yang menggunakan produk

skincare yakni faktor internal dan faktor eksternal.

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri mahasiswa itu sendiri. Kesadaran mahasiswa tentang pentingnya menjaga dan merawat kulit agar tetap terlihat cantik dan menarik. Maka dari itu mereka menjadikan *skincare* sebagai produk yang dapat mempertahankan dan merubah kulit kusam menjadi putih dan *glowing*, yang tentunya enak dipandang oleh orang lain. Sejalan dengan ungkapan salah satu informan yaitu:

“Perawatan kulit dan wajah merupakan hal yang lebih utama bagi setiap saya, sebelum saya melaksanakan atau memulai segala aktivitas, seperti, perkuliahan, mengikuti kegiatan keagamaan, kegiatan sosial, dan seterusnya. Saya menggunakan produk *skincare* agar kulit wajah terlihat cantik dan *glowing* yang membentuk kepercayaan diri, apalagi disaat kami berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain”. (Ariatin, mahasiswa, 30 Oktober 2023).

Berdasarkan keterangan informan di atas menunjukkan bahwa saat ini yang menjadi salah satu keinginan mahasiswa adalah selalu terlihat cantik di depan orang. Maka yang dibutuhkan agar terlihat cantik dan dapat memunculkan kepercayaan diri adalah produk *skincare*. Hal inilah yang membuat mahasiswi terpengaruh untuk meningkatkan penampilannya agar lebih percaya diri dengan menggunakan produk *skincare* secara konsumtif, karena mahasiswi merasa senang ketika melihat dirinya sendirinya terlihat cantik.

Jika dikaitkan dengan penelitian terdahulu, maka penelitian ini relevan dengan penelitian “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Tren Ketampanan dan Kecantikan”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dibagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi gaya hidup, motivasi, dan pengalaman belajar. Sedangkan dari faktor eksternal meliputi kebudayaan yang membentuk standar kecantikan di masyarakat, uang bulanan yang didapat mahasiswa sangat mempengaruhi dalam membeli membeli suatu produk, karena semakin banyak uang jajan yang diberikan maka semakin banyak uang yang dibelanjakan untuk membeli *skincare*, adanya kelas sosial yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan perawatan kecantikan dan membeli suatu produk karena hal tersebut bisa membuatnya tampil beda dari teman-temannya yang lain.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam membeli produk *skincare*. Faktor eksternal dipengaruhi oleh media sosial dan lingkungan. Media sosial adalah tempat di mana mahasiswa

mendapatkan berbagai informasi, khususnya tentang produk *skincare*. Melalui media sosial, mahasiswa mengetahui yang namanya *beauty influencer* yang dapat membuat mahasiswa tertarik dengan apa yang mereka sampaikan lewat konten iklan di sosial media, teman, dan para distributor produk *skincare*.

Ketiga faktor yang disebutkan, telah mempengaruhi pola pikir mahasiswa. Mahasiswa melakukan proses identifikasi dan imitasi, atas dasar standar-standar kecantikan yang telah ditentukan oleh sosial media dan lingkungan sekitar. Dimana standar kecantikan identik dengan kulit putih yang glowing dan wajah merona. Banyak dan maraknya *influencer* dan *beauty vlogger* yang bermunculan di sosial media, menjadikan mahasiswa dengan mudah mempelajari tutorial-tutorial di youtube, instagram, tentang metode penggunaan *skincare*. Sejalan dengan informasi yang disampaikan oleh salah satu informan yaitu:

“Saya memilih menggunakan produk *skincare* rekomendasi dari salah satu distributor produk *skincare* yang bernama Ibu Ferawati. Jadi dari distributor produk *skincare* saya terinspirasi karena saya melihat langsung melihat kulit wajahnya yang putih, *glowing*, dan tidak jerawat, sehingga saya tertarik untuk menggunakan produk kecantikan tersebut” (Ferawati, Distributor, 30 Oktober 2023)

Selain faktor di atas juga, karena saling sharing dengan teman-temannya tentang produk kecantikan yang dipakai. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh informan:

“Awalnya saya memilih menggunakan *skincare* karena melihat teman terlihat cantik dan menarik, kemudia teman merekomendasikan untuk menggunakan *skincare*”. (Arlita, mahasiswa, 30 Oktober 2023)

Hal ini juga dipertegas oleh salah satu informan yaitu:

“Saya mengenal produk kecantikan dan cara penggunaan produk *skincare* awalnya dari sanak saudara, juga sosial media, dan *beauty influencer*.” (Siti Mariah, mahasiswa, 30 Oktober 2023).

Berdasarkan hasil temuan di atas, menunjukkan penggunaan produk *skincare* disebabkan karena perempuan mempertahankan kecantikan tubuh dengan menggunakan produk *skincare*. Selain itu, juga, karena perempuan merasa dirinya kurang menarik sehingga mereka menggunakan produk *skincare* untuk membuat dirinya menarik dan merasa percaya diri. Bagi mahasiswa penampilan merupakan kunci utama dalam meningkatkan rasa percaya diri dalam berinteraksi dengan orang lain. Mahasiswa menyadari adanya kekurangan “fisik” yang mereka miliki. Memungkinkan mahasiswa untuk merubah warna kulit dengan menggunakan produk *skincare*. Produk *skincare* merupakan produk perawatan kecantikan untuk mencegah, memperbaiki, dan mengatasi

permasalahan kulit seperti jerawat, noda bekas jerawat, flek, atau untuk memutihkan kulit, mengatasi kulit hitam atau menunda penuaan (Garcia & Winduwati, 2023).

3.3. Dampak Penggunaan Produk *Skincare* Bagi Mahasiswa

Dampak positif penggunaan produk *skincare* adalah menjadikan dirinya tampil lebih cantik dan mendapatkan rasa percaya diri saat beraktifitas. Selain itu juga penggunaan produk *skincare* menjadi ajang untuk belajar menggunakan *skincare* sehingga mereka bisa mengekspresikan diri dan menciptakan cantik versi mereka masing-masing, karena *skincare* tidak mudah atau tidak begitu saja langsung diaplikasikan pada wajah perlu pembelajaran agar *skincare* yang mereka gunakan dapat menutupi kekurangan serta mempercantik diri mereka. Hal ini sejalan dengan informasi yang disampaikan oleh salah satu informan yaitu:

“Dampak yang saya rasakan setelah menggunakan produk *skincare*, kulit wajah semakin kencang, terlihat *glowing*, dan pastinya merasa diri cantik”. (Siti Hajar, mahasiswa, 30 Oktober 2023)

Hal ini sesuai dengan pernyataan informan lain yaitu:

“Setelah menggunakan produk *skincare* wajah saya terlihat cerah, dan lebih segar, pokoknya sesuai dengan harapan saya.” (Ariatin, mahasiswa, 30 Oktober 2023)

Dari keterangan kedua informan tersebut menunjukkan bahwa akibat dari penggunaan produk *skincare* membuat kulit wajah semakin terasa kencang, terlihat cerah dan lebih segar dari sebelumnya. Memiliki kulit putih dan segar memicu rasa percaya diri yang tinggi bagi mahasiswa pengguna produk *skincare*. Selain dampak positif bagi kulit dari penggunaan produk *skincare*, juga terdapat dampak negatif yang dapat merusak pori-pori kulit. Dampak negatif pada penggunaan *skincare* pada umumnya adalah adanya masalah pada kulit sebagai wadah penggunaan produk *skincare*. Bagi kesehatan produk *skincare* memiliki jenis dan bentuk yang akan disesuaikan pada kondisi wajah dari pengguna produk *skincare*. Ada yang wajahnya sensitif, normal, berminyak dan seterusnya. Hal tersebut harus jadi pertimbangan bagi pengguna untuk memilih sesuai dengan jenis kulit mereka agar tidak terjadi kerusakan kulit seperti iritasi, berjerawat dan alergi pada wajah. Berganti-ganti merek *skincare* juga dapat berpengaruh pada area wajah yang sudah terbiasa pada merek produk *skincare* yang digunakan. Sifat negatif lainnya adalah mereka yang sudah menggunakan produk *skincare* namun tidak menggunakan produk *skincare* lagi dikarenakan mereka merasa bisa menyelesaikan masalah mereka tidak hanya dengan menggunakan produk *skincare*.

Dampak lain penggunaan produk *skincare*, bagi sebagian mahasiswa adalah

menolak tubuh otentik sebagai anugerah pemberian Tuhan. Penolakan pada tubuh otentik, menyebabkan perempuan mencari alternatif lain untuk mengubah penampilan mereka salah satunya dengan menggunakan produk *skincare* yang dinilai dapat menghilangkan jerawat, flek, dan memperbaiki kulit yang kusam menjadi cerah, tentunya hal ini adalah sebuah bentuk penolakan perempuan terhadap proses penuaan pada diri. Dilain sisi, perempuan saling mengobjektifikasi antarperempuan sebagai motivasi untuk memperbaiki diri dengan saling memperkenalkan produk *skincare* atau memberikan rekomendasi untuk melihat secara jelas melalui sosial media. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh salah satu informan yaitu:

“Setelah saya menggunakan produk *skincare*, wajah saya menjadi merah, tumbuh jerawat, ternyata setelah saya berkonsultasi dengan teman, merek *skincare* yang saya kenakan dianggap tidak cocok dengan kulit wajah saya.” (Laila, mahasiswa, 30 Oktober 2023).

Hal yang sama juga disampaikan oleh informan yaitu:

“Cantik natural itu bukan hanya sekedar cantik yang di dapatkan dari air wudhu, tetapi juga menggunakan serangkaian produk yang menunjang untuk menjadi cantik. Namun demikian, tolak ukur cantik mereka yang sesungguhnya bukan hanya cantik dari fisik, tetapi cantik yang sesungguhnya dari akhlak dan perilaku seseorang terhadap orang lain.” (Anita, mahasiswa, 30 Oktober 2023)

Berdasarkan temuan di atas menunjukkan bahwa penggunaan produk *skincare* memiliki dampak positif dan negatif. Penggunaan produk *skincare* dapat menghilangkan komedo, jerawat, flek, dan tentunya tampil lebih cantik dan percaya diri. Namun disisi lain penggunaan produk *skincare* dapat merusak jaringan kulit, terjadinya iritasi pada kulit, berjerawat, dan kulit memerah. Selain itu dampak negatif lainnya adalah wanita menjadi lebih konsumtif dalam membeli produk *skincare* yang harganya tidak murah, namun karena adanya tuntutan demi penampilan yang menarik dan tetap terlihat cantik, maka pembelian produk *skincare* menjadi hal utama dari sebuah kebutuhan pokok.

Ketergantungan juga menjadi dampak dari perilaku konsumtif mahasiswi pada pembelian produk *skincare*. Ketergantungan adalah suatu perilaku berharap atau bergantung pada sesuatu untuk memenuhi kebutuhannya. Mahasiswi menggunakan produk *skincare* adalah untuk menunjang penampilannya agar tetap bisa tampil percaya diri. Akan tetapi mahasiswi terlalu bergantung pada makeup, bahkan makeup sudah menjadi sebuah bagian hidup dalam kehidupan sehari-harinya, karena jika tidak memakai produk *skincare* mahasiswi merasa ada yang kurang dengan penampilannya dan juga apabila mahasiswi berhenti memakai *skincare*, maka kulitnya akan kembali menjadi

kusam. Hal inilah yang menyebabkan mahasiswi menjadi ketergantungan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai kesimpulan dalam penulisan ini dapat disimpulkan bahwa terdapat makna penggunaan produk *skincare* bagi mahasiswa adalah agar tetap terlihat cantik dan dapat meningkatkan rasa percaya diri yang tinggi. Penggunaan produk *skincare* dipengaruhi oleh faktor internal yaitu kesadaran diri, dan faktor eksternal seperti iklan sosial media (youtube, instagram, facebook, televisi, dan twiter), teman sebaya, dan distributor produk *skincare*. Selain itu, penggunaan produk *skincare* memberi dampak positif bagi para pengguna, kulit menjadi putih, wajah menjadi cerah, dan tentunya cantik, sebaliknya terdapat juga dampak negatif yang dimbulkan yaitu terjadinya kerusakan pada kulit, seperti iritasi, timbul jerawat, kulit memerah, dan seterusnya.

Saran adalah sebelum menggunakan produk *skincare*, maka perlu dilakukan penelitian apakah jenis produk *skincare* cocok atau tidak dengan jenis kulit kita. Sehingga tidak menyebabkan iritasi pada kulit setelah menggunakan produk *skincare*.

DAFTAR REFERENSI

- Anekwe, O. (2014). The Global Phenomenon Of Skin Bleaching. *Voices In Bioethics*, 1(1), 1–4.
- Apriliani, P. S. (2023). *Resistensi Tubuh Perempuan Dalam Konstruksi “ Male Gaze ” sebagai Ide Penciptaan Karya Tari Video The Other Half*. 21(1), 15–32.
- Arniwijaya, Junaid Rezal, F. (2020). Iklan dalam Perilaku Penggunaan Kosmetik Pemutih Kulit pada Remaja: Studi pada SMAN 2 Kendari. *Jurnal Wawasan Promosi Kesehatan*, 1(1), 1–6.
- Dewi, I. P., Holidah, D., & Hidayat, M. A. (2022). Peningkatan Pengetahuan Penggunaan Skincare Pada Remaja Melalui Kegiatan Penyuluhan Di SMA Negeri 1 Suboh Situbondo. *E-Prosiding Kolokium Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1, 187–192.
- Dia, D. (2020). Wanita Indonesia Dambakan Kulit Cerah dan Glowing. Retrieved from <https://www.google.co.id/amp/s/amp.kompas.com/lifestyle/read/2020/01/23/163000720/survei-wanita-indonesia-dambakan-kulit-cerah-dan-glowing>
- Fadhila, K. R., Ningrum, D. R., & Rahmawati, A. F. (2020). Pengetahuan dan Penggunaan Produk Pemutih dan Pencerah Di Kecamatan Sukolilo Surabaya. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 7(2), 56–62.
- Garcia, G., & Winduwati, S. (2023). Representasi Standar Kecantikan Wanita di Media Sosial Instagram @springsummerstyle. *Koneksi*, 7(1), 248–255. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21313>
- Herlina, V. E. (2019). Pengaruh dan Pengetahuan Kosmetik Pemutih Terhadap Kulit Wajah pada Mahasiswi Stikes Persada Husada Indonesia. *Jurnal Persada Husada Indonesia*, 20(6), 30–40.

Indriaty, S., Hidayati, N., & Bachtiar, A. (2018). Bahaya Kosmetika Pemutih yang

- Mengandung Merkuri dan Hidrouqinon serta Pelatihan Pengecekan Registrasi Kosmetika di Rumah Sakit Gunung Jati Cirebon. *Jurnal Surya Masyarakat*, 1(1), 1–4.
- Maida, A. N., Nurhijrah, N., & Yulianti, R. (2021). Dampak Pemakaian Kosmetik Racikan Pemutih Wajah Terhadap Kesehatan Kulit pada Ibu-Ibu di Kecamatan Pallangga Gowa. *Jurnal HomeEc*, 16(1), 23–27.
- Sahan, M. Y., & Witarti, D. I. (2021). Representasi Perempuan Cantik di Media Feminis Daring Jurnal Perempuan dan Magdalene Women's Beauty Representation in Online Feminist Media Jurnal Perempuan and Magdalene. *Avant Gaede: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 09(02), 210–229.
- Wahyuwidowati, N. S., Nugroho, W. B., & Kebayantini, N. L. N. (2019). Makna Penggunaan Make Up sebagai Identitas Cantik (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Udayana). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, 1(2), 1–7.
- Rawantina, N. I. (2013). Penanaman Nilai Nasionalisme dan Patriotisme untuk Mewujudkan Pendidikan Karakter pada Mata Pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan Siswa Kelas X SMA N 4 Sidoarjo. *Jurnal kajian moral kewarganegaraan*, 39-54.
- Supradie, D. (2009). *Membangun Ketahanan Sekolah*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.